

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN BENSIN BIRU 2 LANGKAH  
(BB2L) BAGI KONSUMEN DI JEMBER**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH**

**FITRIANINGSIH**

**No. Pokok : 049735854**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**2000**

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN BENSIN BIRU 2 LANGKAH  
(BB2L) BAGI KONSUMEN DI JEMBER**

**DIAJUKAN OLEH :  
FITRIANINGSIH  
No. Pokok : 049735854**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**

  
**Dr. Ec. Hj. INDRIANAWATI USMAN, M.Sc.**

**TANGGAL** 29-5-2000 .....

**KETUA PROGRAM STUDI,**

  
**Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.**

**TANGGAL** 29-5-2000 .....

## ABSTRAKSI

Mempelajari atau menganalisa perilaku konsumen adalah sesuatu yang sangat kompleks, terutama karena banyaknya variabel yang sangat mempengaruhinya dan kecenderungannya untuk saling berinteraksi. Sementara itu perubahan lingkungan senantiasa terjadi terus-menerus dalam proses perkembangan suatu negara yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tata ekonominya, cara-cara pemasaran dan perilaku manusia-manusianya. Perubahan lingkungan tercermin juga pada perubahan perilaku konsumen yang menyebabkan manajemen pemasaran dituntut untuk selalu memperbaharui pengenalan terhadap konsumennya, menilai kembali kebutuhan mereka sekarang dan juga memperkirakan kebutuhan konsumen di waktu yang akan datang.

Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang membeli suatu produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Selain faktor yang berasal dari diri sendiri (intern), terdapat juga faktor yang berasal dari luar diri konsumen (ekstern) dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemasar. Oleh karena itu, manajemen perlu mempelajari faktor-faktor tersebut agar program pemasarannya dapat lebih berhasil. Sebuah alasan mengapa seseorang membeli produk tertentu atau membeli pada penjual tertentu akan merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan program promosi yang efektif, desain produk, harga, saluran distribusi yang efektif dan beberapa aspek lain dari program pemasaran perusahaan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*linier multiple regression*) karena digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel karakteristik "kecepatan perolehan", karakteristik "murah", karakteristik "kualitas produk dalam hal keistimewaan", karakteristik "kualitas produk dalam hal daya tahan" dan karakteristik "kualitas produk dalam hal kualitas yang dirasakan" dari produk BB2L terhadap keputusan pembelian produk BB2L bagi konsumen di Jember. Dari hasil analisis dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) diperoleh persamaan, sebagai berikut :

$$Y = -0,232 + 0,334 X_1 + 0,231 X_2 + 0,282 X_3 + 0,200 X_4 + 0,182 X_5 + 0,7056$$

Dari hasil analisis tersebut juga diperoleh Multiple R sebesar 0,801 dan R Square sebesar 0,641. Setelah melalui pengujian menggunakan F test diperoleh hasil bahwa variabel karakteristik "kecepatan perolehan", karakteristik "murah", karakteristik "kualitas produk dalam hal keistimewaan", karakteristik "kualitas produk dalam hal daya tahan" dan karakteristik "kualitas produk dalam hal kualitas yang dirasakan" dari produk BB2L secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk BB2L bagi konsumen di Jember. Faktor-faktor tersebut secara parsial juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian BB2L bagi konsumen di Jember, yaitu telah diuji dengan menggunakan t test dimana diketahui bahwa variabel karakteristik "kecepatan perolehan" merupakan variabel bebas yang dominan dalam mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk BB2L bagi konsumen di Jember.